

## Paradigma público, paradigma digital (por Andrew Graham-Yooll)

Fuente: Página 12

08 de diciembre 2008

Veterano de la BBC, estuvo en la Argentina para hablar sobre la siguiente revolución, la de los medios digitales. Libertad de prensa, modelos de financiamiento, periodismo de buen nivel y las maneras de pagarlo fueron aspectos que trascienden por mucho el tema del formato a adoptar.

-Usted pasó gran parte de su vida de trabajo en la BBC, por eso es inevitable preguntarle si es repetible esta experiencia de empresa de broadcasting pública que es un modelo mundial.

-No sé si se puede, si bien creo que debería poder repetirse. Es siempre interesante preguntar si se debe reinventar algo ya inventado. De no existir, ¿inventaríamos hoy los ferrocarriles? Quizás no, han cambiado las formas de transporte en un siglo y medio. Sin embargo, los ferrocarriles tienen una función útil y hay que usarlos. Lo que sucede con la comunicación pública mediante la suscripción de usuarios, es decir por una especie de impuesto de uso específico, y la BBC es un ejemplo, es que tiene que funcionar en una economía mixta. La mezcla ofrece una producción vigorosa gracias al sector comercial que compete con la televisión pública, y eso es bueno. Hay muy buen periodismo en el sector comercial, pero de última si uno se halla en una empresa comercial en algún momento se verá en un conflicto de intereses. La empresa comercial tiene que ganar dinero y eso puede imponer limitaciones a la libertad de producción. Quizás no suceda a menudo, quizás poco. Si Ford es uno de los avisadores en un programa de televisión probablemente no se toque con mucha insistencia el tema de la seguridad en los automóviles y la frecuencia de los accidentes. En un sistema mixto los dos sectores tienen que mantenerse alertas. La empresa pública impone altos niveles de periodismo, obligando a las comerciales a investigar más. Y el sector comercial impone a la televisión pública excelencia en cómo llegar al cliente, cómo mejorar las producciones, y cómo impactar con la producción. En su esencia, la comunicación pública hace de lo bueno algo popular y que lo popular sea bueno. En general esto puede aplicarse a todos los medios, diarios, radio y televisión. La competencia es saludable.

-Pero la BBC también inició una experiencia comercial en la última década...

-En parte. La BBC compete con el sector comercial, que en el Reino Unido se llama televisión independiente, desde 1955. Eso es bueno y saludable. A su vez, la BBC se ha constituido en fuerte competidor para otros, que hace que las cosas sean aun más divertidas. Ahora, BBC World (o BBC "Mundo"), el broadcaster internacional, sale a buscar publicidad. Creo que si hoy la BBC quisiera reescribir la historia se habría preferido que BBC World fuera un canal público con recursos públicos, porque tiene muchas ventajas, principalmente no tener que sufrir las vaguedades de los mercados, ni las limitaciones de crédito, ni se depende del capricho de los avisadores. Por la razón que sea el gobierno británico decidió no dar acceso a fondos públicos para un canal de televisión internacional. BBC World se formó antes de 1997, durante el gobierno conservador, pero no creo que el gobierno laborista hubiera estado dispuesto a bancar el canal internacional. Se decidió hacer un canal global, financiado por publicidad, dado que ésa era la fuente de recursos en aquel momento. Hace una buena labor, compete en muchos países del mundo, va mejorando, y hace un buen periodismo.

-Volviendo a la idea de "reinventar" las cosas, ¿usted dice que BBC World hubiera sido mejor canal con el sistema de suscripción de recursos públicos?

-Si detrás de la pregunta está la duda de si la BBC es repetible en otras partes del mundo, hay que recordar que no hay dos países iguales, ni dos sistemas políticos, ni dos ambientes sociales idénticos. Hay mucho de lo que hace la BBC, y como lo hace, que es transferible. Esto implica un fuerte compromiso con la verdad, con el equilibrio y la imparcialidad, y con permitir que los diversos puntos de vista tengan su lugar. También hay que creer en la libertad de expresión. Una televisión pública con esos compromisos puede tener un rol importante en cualquier país. Pero hay algo que debemos tener en claro: hay una gran diferencia entre la televisión pública y la del Estado. En algunos países las empresas de comunicación del Estado se disfrazan de públicas.

-¿En Europa cuáles serían esos países?

-No quiero nombrar un país u otro, y tampoco me refiero a sistema alguno. La televisión del Estado es una donde el personal son empleados del Estado, los objetivos son del gobierno y se imponen, y no hay protección alguna contra la interferencia política del gobierno. Una televisión pública tiene una responsabilidad hacia el público, no a un partido, ni sector, y los objetivos son los que se pactan con el público.

-Siempre hubo situaciones en el Reino Unido y en la BBC, por lo menos durante medio siglo, donde el gobierno la acusa de ser tendenciosa y opositora. Reaccionan así los conservadores y también los laboristas. Quizás la situación más notoria reciente fue cuando Margaret Thatcher acusó a la BBC y también al Guardian y al Daily Mirror de traición. Fue durante la guerra de Malvinas. ¿Cómo reacciona la jerarquía administrativa de la BBC en tales circunstancias?

-Recuerdo bien esa instancia. Yo estaba en la producción del programa BBC Nationwide (BBC País) cuando desafiaron a Thatcher para que aclare los anuncios del gobierno sobre el hundimiento del "Belgrano". Una mujer llamó al programa y refutó la posición del gobierno en forma consistente y documentada. La mujer había hecho sus deberes y tenía información. Estuvo muy bien. Eso le dio un espaldarazo a la BBC como medio imparcial. Claro, causó un lío tremendo con Thatcher, que no estuvo nada contenta porque se le había permitido a la oyente salir en directo y discutirle a la primera ministra. Fue muy bueno, de eso se trata la televisión pública. Hay que permitirle al público salir a discutirle a la autoridad, aunque sea la primera ministra. Si hay conflicto con los políticos, bien, es parte de la vida. Lo que hay que anotar aquí es que Thatcher ya no es primera ministra y la BBC sigue ahí.

-Bueno, ¿y cómo reaccionan los jerárquicos administrativos?

-No sucede muy a menudo, pero la gerencia debe tener como norma en un conflicto mantener la tranquilidad, la ecuanimidad, la capacidad de escuchar con cuidado, y si la crítica tiene razón, hay que hacer algo. A mí no me molesta la presión política, creo que hay que esperar eso de los políticos. Si yo fuera político yo intentaría presionar a la BBC o a cualquier otro canal. Es lo que hacen los políticos, gritan cuando las cosas no les gustan. Si se quejan de un programa, pueden tener razón, y la producción debe escuchar. Pero siempre la queja debe ser considerada como la de cualquier miembro del público. Las amenazas hay que rechazarlas. Si se cede ante un apriete, ante la prepotencia, entonces siempre van a volver a presionar. Claro, es mucho más difícil aplicar esta regla en una sociedad violenta. Pero en ese caso hay otros factores que tienen que ver con la construcción de una sociedad democrática.

-Siempre hubo un debate entre los que integran este oficio acerca de la censura y la autocensura. ¿Para usted cuál es peor? Yo creo que la autocensura es la peor acción porque es el individuo que fija sus límites, no intenta superar los límites que fija el censor. Por lo menos con censura se sabe contra quién se pelea.

-Ambos son malos. Creo que la autocensura es más insidiosa porque en ciertas situaciones uno no se da cuenta de que la está aplicando y entonces uno se convence de que lo que hace está bien. La censura es obvia, es impuesta y está claro cuando ocurre. Hay una variante de la censura, que algunos confunden, y es el autocontrol. Hay situaciones que requieren difíciles decisiones y algunas veces frenar una información es lo correcto. No siempre, pero en ocasiones sí. La libertad de expresión no es un derecho absoluto, como todos los derechos se mide frente a otros. Un ejemplo bastante obvio en el Reino Unido se relaciona con los secuestros. Existe un acuerdo entre los medios y la policía. Si una persona es secuestrada y la policía considera que la difusión de cierta información puede hacer peligrar vidas, los medios entonces deben aceptar la no divulgación de esa información por un período estipulado mientras la policía investiga el secuestro. El tiempo puede llegar a las dos semanas. La contraparte del acuerdo tiene que respetarse también. Ahí la policía debe salir a explicar el incidente una vez concluido, y probablemente se les solicite a la víctima, o a sus familiares, que se presenten en conferencia de prensa. Es un buen arreglo. La libertad de expresión no es un derecho que se sitúa por encima del derecho a la vida. Esto implica equilibrios, pero la censura en general está mal. La autocensura puede ser peligrosa. Un ejemplo reciente fue el alto grado de autocensura y la aceptación de la censura en ocasión del ataque a las Torres Gemelas en Nueva York. Los medios estadounidenses no hicieron suficientes preguntas, no interrogaron a Bush por lo de Irak, ni por las armas. Le permitieron al gobierno de Bush buscar la invasión de Irak sin suministrar suficientes justificativos.

-Hay que recordar que también sucedió durante la guerra de Vietnam, cuando los medios aceptaron las explicaciones del presidente Lyndon Johnson sobre al llamado incidente del Golfo de Tonkin, que se utilizó para luego justificar el bombardeo de Vietnam del Norte.

-Los dos casos, Tonkin y Torres Gemelas, y otros naturalmente, sirven como advertencia al periodismo de que hay que estar siempre atento a los dichos de los gobiernos. La cautela debe ejercerse en representación del público (y no sólo para vender más ejemplares o por el rating de un programa).

-Usted vino a la Argentina invitado por la embajada británica para participar en varias conferencias.

-Si, vine por invitación del gobierno británico, pero no hablo en su representación y el gobierno británico no me representa a mí. Hablo como alguien que ya no trabaja en la BBC pero pasé buena parte de mi vida en la corporación y tendré por ella siempre un gran cariño. Pero ya no hablo en representación de la BBC. Lo que hallé en el periodismo y en los derechos civiles en la Argentina es que hay interés en el concepto de televisión pública, la gente cree que hay un espacio civil para crear un medio público. En Brasil en los dos últimos años se ha creado una difusión pública, creo que sólo es televisión. Se formó un grupo de interesados hace algunos años y se comenzó a debatir lo que esto involucra. Están elaborando una nueva ley de difusión. El advenimiento de la televisión y radio digital, que pronto llegará a la Argentina supongo, va a permitir la creación de nuevos espacios de medios. Me dicen que mucha gente cree que el espacio debe ser público, y por eso se pregunta mucho cómo funciona la BBC, por ser un ente muy conocido. Estoy en una doble situación. Sigo siendo periodista, primero, pero también soy un consultor y asesor de proyectos.

-¿Cómo ser?

-Estoy trabajando con varios equipos de ONG en la elaboración de un informe para un consorcio que incluye al London School of Economics, un analista de medios, el International Broadcasting Trust y la organización Oxfam. Hay que estudiar la forma en que los medios británicos transmiten la información internacional al mercado doméstico y qué parte juega esto en el debate sobre el futuro de los medios públicos.

-Supongo entonces que la pregunta es ¿por qué?

-Se está generando un gran debate en torno del futuro de la difusión pública. Como todos saben, creo, la BBC se financia por la suscripción de los habitantes, el precio es una tasa que

todo dueño de una radio o un televisor debe pagar (y hay detectores de equipos para descubrir a los que no pagan). Ese "impuesto" financia a la BBC. El debate ahora se extiende a si se debe usar el dinero público para financiar al Canal 4 de televisión (que se inició como canal cultural en agosto de 1982, por un grupo constituido por la televisión comercial o "independiente"), si el dinero debe salir de lo que hoy va a la BBC, cuáles serán las obligaciones de otras difusoras de televisión, dado que los "broadcasters" comerciales tienen algunas responsabilidades públicas... En fin, hay que decidir si las difusoras comerciales siguen, o si desaparecerán en la transición del sistema análogo al digital. Es un debate muy complejo y amplio.

-¿Y como se decidirá el curso a seguir, o cuál debe ser?

-El debate debe concluir el año que viene, cuando tiene que surgir una decisión. Hay en la actualidad muchos informes y muchas consultas, pero aun no hay decisión, suponemos que el gobierno y el Parlamento decidirán a fines de 2009. En 2012 el Reino Unido tiene que cambiar totalmente a digital y no habrá más análogo. Entiendo que esto tendrá que suceder en la mayoría de países del mundo porque hay un acuerdo internacional de telecomunicaciones que cubre la próxima década. Esto significa que las frecuencias análogas dejarán de existir para la difusión. No se adjudicarán para la radio y televisión.

-Ese cambio va a causar mucho sufrimiento entre gente que no puede costearse la transición a nuevos equipos. Sí, será difícil para Londres, imagínese lo difícil que será aquí. Hay otro nivel de presupuestos, otros requerimientos económicos...

-El debate británico se refiere al Reino Unido. La gente piensa en otros países y otros temas, pero en estas cosas somos británico-céntricos, como otros serán italo-céntricos, etc. La gente viene observando los desarrollos en Francia donde el presidente Sarkozy propone que France TV no acepte más publicidad y las difusoras públicas se financien con un nuevo impuesto que se aplicará a todo equipo digital, eso incluye los celulares, las laptops y las PC. Es una idea interesante. Lo que vamos a tener que pensar en Europa y en el Reino Unido donde hay televisión pública por suscripción de propietarios de equipos será cuánto tiempo más la gente verá televisión en pantalla de su televisor. Hay mucho equipamiento alternativo.

-Se deberá definir para el futuro qué es un televisor...

-Sí, por ejemplo, la BBC ofrece un servicio "según requerimiento" que significa que la mayoría de los programas se pueden ver hasta siete días después de transmitidos. Se bajan a la laptop para mirar cuando uno quiere. Y si ya no se va a necesitar un televisor para mirar la TV, ¿cómo se van a cobrar las suscripciones por cada equipo doméstico como hasta ahora?

-Y cualquier instrumento que tenga una pantalla será imponible como un receptor de programas de televisión.

-Cosa que no les va a gustar a los fabricantes, como Dell o HP y los otros. Se van a oponer con seguridad. Hay que pensar todo esto.

-Estas decisiones requieren leyes, debate en el Parlamento...

-Sí, para los próximos cuatro o cinco años. La TV no va a morir mañana, igual que los diarios no mueren. Pero siempre hay cambios en los equilibrios. La evidencia es que los medios no mueren, dejan de ser importantes, o cambian en su importancia. La gente todavía lee libros, y algunos usamos lapiceras. El mensaje es que todos los medios se transforman. Es importante en un debate digital que el tema no se reduzca a la tecnología. Es fácil vararse en la discusión en torno de si debe ser un standard de Japón o de Europa o de EE.UU. Lo importante no es el equipo, sino el contenido. ¿Qué es lo que la gente va a ver o escuchar en el futuro? El debate tiene que ser en torno del contenido. El equipo ya no le importa a la gente, pero sí les preocupa el contenido. En realidad el debate por el contenido es insuficiente. Hay que ver cómo se va a usar la televisión pública.

-El Canal 4 británico es algo que se conoce, por su producción, aquí en Argentina. Algunos lo vieron como una extensión cultural de lo comercial. ¿Cómo se lo explica?

-No sé si hay otros entes como Canal 4, quizás haya uno parecido en Dinamarca. El Canal 4 no es una organización comercial, pero se financia por mecanismos comerciales. Logra sus ingresos a través de la publicidad, pero no tiene accionistas ni tiene que mostrar utilidades. Tiene que lograr un balance, naturalmente, y sus egresos tienen que equilibrar con los ingresos, pero más allá su función es pública. En realidad, es el gobierno que es dueño del Canal 4 británico, pero es una corporación pública. ¿De quién es? Del público británico. El debate ahora es si se van a lograr suficientes ingresos comerciales para sostener la actual programación cultural y sus objetivos futuros. El Canal 4 dice que no va a poder, que habrá un desequilibrio de entre 150 y 200 millones de dólares. El problema es de dónde va a salir ese dinero.